

On line information system for mail television comprises combination of digital image screen and personal computer connected to barcode reader to automatically access database

Patent Number: DE19924161
Publication date: 2000-11-30
Inventor(s): SCHNORR KONRAD (DE)
Applicant(s): SCHNORR KONRAD (DE)
Requested Patent: ☒ DE19924161
Application Number: DE19991024161 19990526
Priority Number(s): DE19991024161 19990526
IPC Classification: H04N7/173; H04M11/00; G06K9/18; G09F27/00
EC Classification: G09F27/00, G06F17/30W5B, H04L29/06
Equivalents:

Abstract

The digital screen (1) is coupled to a computer (2) that accepts inputs from a barcode reader (4). The system is coupled to a network (6) and this has a modem (7) coupled to the Internet (9) via a telephone line (8). The Internet connects with a server (11).

Data supplied from the esp@cenet database - I2



①9 BUNDESREPUBLIK
DEUTSCHLAND



DEUTSCHES
PATENT- UND
MARKENAMT

⑫ **Off nl gungsschrift**
⑩ **DE 199 24 161 A 1**

⑤ Int. Cl.⁷:
H 04 N 7/173
H 04 M 11/00
G 06 K 9/18
G 09 F 27/00

⑳ Aktenzeichen: 199 24 161.9
㉔ Anmeldetag: 26. 5. 1999
㉓ Offenlegungstag: 30. 11. 2000

DE 199 24 161 A 1

㉑ Anmelder:
Schnorr, Konrad, 50999 Köln, DE

㉒ Erfinder:
gleich Anmelder

⑤6 Für die Beurteilung der Patentfähigkeit in Betracht
zu ziehende Druckschriften:

US	58 04 803
US	56 40 002
WO	98 55 954 A1
WO	98 24 050 A1
WO	97 05 556 A1
WO	96 25 006 A1

Die folgenden Angaben sind den vom Anmelder eingereichten Unterlagen entnommen

Der Inhalt dieser Schrift weicht von den am Anmeldetag eingereichten Unterlagen ab

⑤4 Online-Informationssystem für den Handel (mail-TV)

DE 199 24 161 A 1

Beschreibung

Die Erfindung betrifft ein interaktives Datenübertragungsverfahren digitaler Daten über das Internet/Intranet in Verbindung mit einem Internet-Server zur automatischen Bereitstellung von Web-Seiten, wobei auf einem Internet-Server in einer zentralen Datenbank Zugangsberechtigungen automatisch verwaltet werden.

Zur selektiven Produktpräsentation sowie Werbung am Point of Sales.

Es ist bekannt das Werbung mittels gedruckter Medien bzw. Medien mit linearer Struktur (Videos/CD) durchgeführt wird. Diese Medien können zwar Informationen abrufen, und selektieren Text, Grafik und Ton und können in großen Datenmengen zusammengeführt werden, sind jedoch nicht interaktiv nutzbar, und verlieren nach einer gewissen Zeit ihre Aktualität. Die Darstellung der Preise auf Papierschilddern, sowie auf LCD-Bildschirmen ist statisch. Preisschilder müssen bei Änderungen neu gedruckt, und manuell ausgetauscht werden. Bei den LCD-Bildschirmen können die Preise zwar von einer zentralen Stelle über ein Netzwerk oder Funksignal verändert werden, jedoch sind andere Informationen wie z. B. Graphik, Ton, Stand- und Bewegbild über diese Systeme nicht möglich.

Weiter sind Online-Datenbanken bekannt die für eine Vielzahl von Kunden Werbeanzeigen, redaktionelle Berichte, und ähnliches sowie aktuelle Preisinformationen, Bildmaterial, Videoclips sowie Firmeninformationen verwalten. Interessierte Dritte können über das Telefonnetz diese Angebote und Informationen gezielt abrufen.

Wenn einer der Datenbankkunden Informationen über das Internet anbieten will, ist eine sogenannte Homepage erforderlich, auf die der Interessent zunächst zugreift. Die Homepage kann mit weiteren Informationsseiten verknüpft sein. Homepage und damit verknüpfte Informationsseiten werden als Web-Seite bezeichnet.

Nachteilig an den bekannten Systemen für die Produktpräsentation über das Internet ist bei Verwendung von herkömmlichen Internetanschlüssen oder Kiosksystemen, das alle Produkte in aufwendig zu erstellenden Webseiten oder Katalogen erstellt werden müssen. Für ungeübte Benutzer ist es jedoch nicht ohne weiteres möglich Texte, Grafiken oder Bilder der zu präsentierenden Produkte jeweils aus dem richtigen Katalog oder Web-Seite zu finden.

Viele Kunden einer kommerziellen Datenbank, wie sie oben beschrieben wurde, können daher nicht die Möglichkeit nutzen, produktbezogene Werbung selektiv schnell und aktuell über das Internet am Point of Sales zu nutzen.

Die der Erfindung zugrunde liegende Aufgabe besteht darin, einen Digitalbildschirm und ein Verfahren zur automatischen Verknüpfung mit einem Internet-Server bereitzustellen, mit dem Nutzer, kurzfristig produktbezogen und ständig aktualisierbar Werbung bzw. Informationen am Point of Sales präsentieren kann. Dabei soll ein hohes Maß an Sicherheit gewährleistet werden, damit nur berechnigte Nutzer Zugang zu ihrer individuellen Produktpräsentation haben.

Diese Aufgabe wird durch die Merkmale der Ansprüche 1 bis 10 gelöst.

Weitere vorteilhafte Ansprüche Ausbildungen der Erfindung werden in den Unteransprüchen beschrieben.

Die auf dem Internet-Server gespeicherten Informationsblöcke sind produktspezifisch aufgebaut und können aus Videoclips, HTML bzw. GIF- oder sonstigen internetfähigen Formaten bestehen. Da Produktwerbung in der Regel vom Hersteller und nicht vom Verkäufer gestaltet wird, ist es auch nicht notwendig in die Gestaltung von Werbeclips Kapital zu investieren, es kann auf vorhandene Werbung z. B.

Fernsehwerbung zurückgegriffen werden, die dann mit anderen Informationen durch den Internet-Server Betreiber aufgearbeitet wird.

Außer dem Produkt vor Ort, dass der Nutzer bereit hält, braucht sich der Nutzer weiter um nichts zu kümmern, da sämtliche Vorgänge automatisch erfolgen.

Die Erfindung verschiebt im wesentlichen anwenderfreundliche Vorgänge in den Bereich des Internet-Servers. Da die Produktpräsentationen gleichzeitig von vielen Firmen genutzt werden können, z. B. Kaffee verkauft heute jeder Supermarkt, entstehen für den interessierten Nutzer nur geringe Kosten, denn er muss nicht eine Firma mit der Erstellung von Werbung beauftragen. Die speziell erstellte Werbung für ein Unternehmen würde zu erheblich höheren Kosten führen, als durch eine zentrale Betreuung durch den Internet-Server Betreiber. Der Internet-Server Betreiber kann die Erstellung eines Werbeblockes für ein Produkt das dann von einer Vielzahl von Nutzern abgerufen werden kann zu wesentlich geringeren Kosten erfüllen. Außerdem ist eine einfache Wartung und stetige Aktualisierung der Werbepalette vereinfacht zu handhaben.

Die Erfindung hat des weiteren den Vorteil, dass der Nutzer lediglich in der üblichen Weise einen Barcode an eine Datenbank übersendet, und das der weitere Ablauf automatisch erfolgt. Nutzerseitig sind weder Internetkenntnisse noch Daten-verarbeitungskenntnisse notwendig. Der Nutzer kann die Werbung wie bei einer Zeitung abonnieren es entstehen nur die Werbekosten keinerlei Personal oder Sachkosten.

Das erfindungsgemäße Verfahren weist folgende Schritte auf:

Der Digitalbildschirm weist eine Computerschnittstelle auf, über die beispielsweise die dem System vergebene IP-Nummer kombiniert mit dem Barcode des Produktes sowie eines firmenspezifischen Passwortes an den Server als Nutzerspezifische Kennung gesendet wird.

Die IP-Nummer des Nutzers stellt somit in Verbindung mit Barcode und Passwort eine Zugangskennung zum Internet-Server, sowie zum produktbezogenen Informationsblock dar, der auf dem Internet-Server gespeichert ist. Auf diese Weise ergibt sich ein hohes Maß an Sicherheit gegen unberechtigte Manipulation an Datenbeständen, der an das System angeschlossenen Benutzer, ohne das der Benutzer bei Anwahl des Servers das Produkt aus Internet-Katalogen aussuchen muss oder ein Passwort kennen muss. Die Anforderung des Informationsblocks erfolgt automatisch durch Kontakt des Produktes mit dem Barcodeleser und durch Einlesen des Strichcodes. Die auf dem Internet-Server gespeicherten Informationsblöcke sind jeweils Produktspezifisch aufgebaut und werden anhand des Strichcodes der jeweiligen Produkte verwaltet. Sie können bei Abruf jeweils mit anderen Informationsblöcken automatisch verknüpft und dem Nutzer zu Verfügung gestellt werden. Diese zusätzlichen Datenblöcke können aus tagesaktuellen Nachrichten, Preisinformationen, Firmenpräsentationen oder anderen Informationen bestehen.

Weiterhin weist der Internet-Server Schnittstellen auf, die sowohl zum bereitstellen von Web-Seiten und Nachrichten als auch zum Empfang von E-Mails, genutzt werden können. Die Einrichtungen zur Verwaltung von Zugangsberechtigungen können sowohl mit den Schnittstellen als auch mit zusätzlichen Einrichtungen z. B. Aktualisierungseinrichtungen verknüpft sein. Des weiteren kann eine Passwortrückfrage vom Server zum Nutzer eingerichtet sein, um falsche Zugangsberichtigungen zum Abbruch zu führen. Somit handelt es sich nicht lediglich um einen Internet-Server, sondern vielmehr um einen Kommunikationsknotenpunkt der unterschiedliche Netzwerke hardwaremäßig verknüpft und die

hierfür erforderlichen Vorgänge automatisch steuert.

Das erfindungsgemäße Verfahren weist folgende Schritte auf:

- Aktivieren eines Barcodes durch den Nutzer, welches die Kennung für die Anforderung des späteren Informationsblockes beinhaltet. 5
- Automatische Anwahl des Internet-Servers durch Übermittlung der IP-Nummer des Netzwerkcomputers, Barcode und Firmenpasswort. 10
- Abfrage der Zugangsberechtigung durch den Server.
- Passwort, Rückfrage durch den Internet-Server im Nutzersystem.
- Verknüpfung beider Systeme.
- Öffnen eines produktbezogenen Informationsblockes, der durch den Barcode bestimmt wird. 15
- Automatische Verknüpfung des produktbezogenen Informationsblockes mit anderen Informationen.
- Übertragen der Daten auf das Nutzersystem.
- Automatischer Start des Datenblockes auf dem Nutzersystem durch den Internet-Server. 20
- Produktpräsentation.

Bezugszeichenliste 25

- 1 Digitalbildschirm
- 2 Personalcomputer
- 3 Tastatur im Bildschirm
- 4 Barcodeleser 30
- 5 Netzwerkverbindung
- 6 Netzwerk
- 7 Modem
- 8 Verbindung zum Telefon/Internet/Intranet
- 9 Internet/Intranet 35
- 10 Verbindung Telefon/Internet/Intranet zum Internet-Server
- 11 Internet-Server Datenbank

Patentansprüche 40

1. Kombination eines Digitalbildschirmes (1) mit einem Personalcomputer (2) in Verbindung mit einem Barcodeleser (4) sowie einer Netzwerkverbindung (5). 45
2. Eine Software, die das Lesen und Speichern von Barcodes ermöglicht.
3. Die im Punkt 2 beschriebene Software dadurch gekennzeichnet, das anhand von angegebenen Daten bestimmte Waren anhand eines Barcodes auswählt.
4. Die im Punkt 2 beschriebene Software dadurch gekennzeichnet, das die Weitergabe der Daten per Telefon bzw. Internet/Intranet möglich ist. 50
5. Die in Punkt 2 beschriebene Software dadurch gekennzeichnet, das sie die IP-Nummer, Passwörter, und den Barcode speichert und verwaltet. 55
6. Die in Punkt 2 beschriebene Software dadurch gekennzeichnet, das sie die IP-Nummer, Passwörter, und den Barcode per Telefon bzw. Internet/Intranet (9) weiterleitet und mit dem Internet-Server (11) eine Verbindung über ein Modem (7) herstellt. 60
7. Eine Software (Datenbank) die auf dem Internet-Server (11) die Daten anhand des Barcodes verwaltet.
8. Die im Punkt 7 beschriebene Software dadurch gekennzeichnet, das sie eingehenden Zugangsanforderungen anhand der in Punkt 5 beschriebenen Codes prüft. 65
9. Die im Punkt 7 beschriebene Software dadurch gekennzeichnet, das sie anhand der Barcodes angeforder-

ten Werbeblöcke automatisch mit anderen Informationen verknüpft und diese dem anfordernden System als Werbeblock zur Verfügung stellt.

10. Die Möglichkeit nach Ansprüchen von 1 bis 9 die zum Anbieten von bestimmten Dienstleistungen und zum Abfragen nach bestimmten Dienstleistungen unter der Angabe bestimmter Suchkriterien, insbesondere der von Werbepräsentationen am Point of Sales.

Hierzu 1 Seite(n) Zeichnungen

